

**ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA
LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. TELKOM JAKARTA SELATAN
(PRODUK : SPEEDY)**

Telly Lyonita – 1200946532

ABSTRAK

PT Telkom merupakan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi di Jakarta. Seiring persaingan bisnis saat ini perusahaan berlomba-lomba untuk menarik perhatian konsumen agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu contoh perusahaan harus memiliki brand image dan kualitas produk yang kuat dimata konsumen, agar minat dalam keputusan pembelian konsumen pun meningkat sehingga akan menghasilkan loyalitas konsumen terhadap produk. Dalam penelitian ini akan diuji seberapa kuat pengaruh dan hubungan antara brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada loyalitas konsumen pada PT. Telkom. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Path Analysis*. Data diperoleh dari kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada para pengguna Speedy. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Image dan Kualitas Produk memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Keputusan Pembelian.

Kata kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen